

**LAPORAN KULIAH KERJA MEDIA**

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI PT. REKAPRIMA  
SAPTAKOMUNIKA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS JASA  
PERIKLANAN**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli**

**Madya (A.Md) pada Bidang Komunikasi Terapan**

**Disusun Oleh :**

**ADE KESUMA JATI**

**D1312002**

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2016**

**PERSETUJUAN**

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI PT. REKAPRIMA  
SAPTAKOMUNIKA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS JASA  
PERIKLANAN**

Disusun Oleh:

ADE KESUMA JATI

D1312002

Disetujui Untuk Dipertahankan dihadapan Tim Penguji

Pada Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dosen Pembimbing,



**Deniawan Tommy Chandra Wijaya, S.Sos, M.Ikom**  
**NIP. 19821203 2013 0201**

**PENGESAHAN**

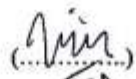

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI PT. REKAPRIMA  
SAPTAKOMUNIKA DALAM MENINGKATKAN KUALITAS JASA**

**PERIKLANAN**

Disusun Oleh :  
**ADE KESUMA JATI**  
D1312002

Telah diuji dan disahkan oleh Tim Penguji  
Pada Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Kamis  
Tanggal : 4 Agustus 2016.

Tim Penguji	Nama	Tanda tangan
1. Penguji I	Sri Harnani Widyawati, S.E	
2. Penguji II	<u>Deniawan Tommy Chandra Wijaya, S.Sos, M.Ikom</u> NIP. 19821203 2013 0201	

Mengetahui,  
Dekan



Dr. Sri Dewi Astuti Nurhaeni, M.Si  
NIP. 19610825198601 2 001

## PERNYATAAN

Nama : Ade Kesuma Jati

NIM : D1312002

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir berjudul **"Peran Account Executive di PT. Rekaprima Saptakomunika dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Periklanan"** adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam Tugas Akhir tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir tersebut.

Surakarta, 26 Juli 2016

Yang Membuat Pernyataan,

A green revenue stamp from the Indonesian government, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'METRAN KEMENTERIAN KEUANGAN' and '2000 RUPIAH'. A handwritten signature is written over the stamp.

Ade Kesuma Jati

---

### **MOTTO**

- ❖ Jadilah pemenang dalam setiap tantangan positif
- ❖ Saya pernah kehilangan motivasi, tapi saya tidak pernah kehilangan tujuan.  
Tujuanlah yang membuat saya termotivasi lagi. (Bong Chandra)
- ❖ Jangan bangga dengan pemberian orang tua. Banggalah dengan apa yang sudah kamu berikan kepada orang tua.

---

## **PERSEMBAHAN**

Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan sebagai bentuk cinta kepada:

1. Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang
2. Ayah Tarwoko dan Ibu Darwati ku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
3. Kakak ku Mba Nila, Mas Henry, Mas Doni, dan Mba Nonik, yang selalu membimbingku dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Sahabat Istimewa ku Sani, Faisal, Arif, Wisnu, Christian, Nawang, Arya yang selalu bermain dan bercanda bersama.
5. Teman-teman Advertising A dan B 2013 dan 2012 yang saya banggakan
6. Pembimbing Magang Bp Deniawan yang saya hormati dan selalu sabar dalam menghadapi saya.
7. Terimakasih untuk UNS Universitas terpopuler ke 3 di Indonesia versi [www.4icu.org](http://www.4icu.org) tahun 2016

---

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Kuliah Kerja Media dengan judul **“Peran Account Executive Di PT. Rekaprima Saptakomunika Dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Periklanan”** semua dapat terlaksana dengan baik karena dukungan dari semua pihak.

Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat untuk melengkapi syarat dalam rangka menyelesaikan kuliah pada program studi DIII Komunikasi Terapan Konsentrasi Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri SebelasMaret Surakarta Tahun 2016.

Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si selaku Dekan Fisip Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi DIII Komunikasi Terapan Konsentrasi Periklanan Fisip Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Deniawan Tommy Chandra Wijaya, S.Sos, M.Ikom selaku Pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak dan Ibu kandung saya tercinta Tarwoko, S.E; M.M dan Darwati, yang selalu mendukungku, menyayangiku dan mendidik aku hingga sekarang ini, terimakasih atas pengorbanannya untuk masa depanku.

- 
5. Kakakku tersayang Rara Nila Pramudiyanti, Topik Hidayat, Henry Artanto, Ika, Donie Dewanto, dan Nonik yang selalu memberiku motivasi dan inspirasi.
  6. Bapak Tito Kridawan selaku *Account Manager* PT. Rekaprima Saptakomunika
  7. Untuk Mba Fani, Mas Bayu dan Mba Dini terimakasih telah membimbing Magang selama 2 bulan di PT. Rekaprima Saptakomunika
  8. Untuk seluruh karyawan PT. Rekaprima Saptakomunika terimakasih sudah menjadi team dan keluarga selama saya magang.
  9. Semua teman-teman DIII Periklanan kelas A dan B Fisip UNS angkatan 2013.
  10. Untuk pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu penulis mengucapkan terimakasih. Demikianlah Laporan Kuliah Kerja Media ini dibuat, penulis sadar masih banyak kesalahan dalam penulisan Laporan Kuliah Kerja Media ini, saran dan kritik membangun dari pembaca akan sangat membantu agar lebih baik, Terima kasih.

Surakarta, 26 Juli 2016



Ade Kesuma Jati



---

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media.....	5
B.1 Tujuan Mempelajari Praktik Kerja Sebagai Account Executive...	6
B.2 Peran Account Executive di PT. Rekaprima Saptakomunika....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Definisi Periklanan .....	7
A.1 Tujuan Periklanan.....	8
A.1.1 Iklan Informatif.....	8
A.1.2 Iklan Persuasif.....	8
A.1.3 Iklan Peningat.....	8
A.1.4 Iklan Penguatan.....	9

---

A.2 Macam-macam Periklanan.....	9
A.2.1 Price Advertising.....	9
A.2.2 Brand Advertising.....	9
A.2.3 Quality Advertising.....	9
A.2.4 Product Advertising.....	9
A.2.5 Institutional Advertising.....	10
A.2.6 Prestige Advertising.....	10
A.3 Jenis-jenis Iklan.....	10
A.3.1 Iklan Nasional.....	10
A.3.2 Iklan Lokal.....	11
A.3.3 Iklan Primer dan Selektif.....	11
A.4 Fungsi Periklanan.....	12
A.4.1 Informing.....	12
A.4.2 Persuading.....	12
A.4.3 Reminding.....	12
A.4.4 Adding Value.....	12
A.4.5 Assisting.....	13
A.5 Strategi Periklanan.....	13
A.5.1 Pesan.....	13
A.5.2 Media.....	14
A.5.2.1 Televisi.....	14
A.5.2.2 Radio.....	15
A.5.2.3 Majalah.....	15

A.5.2.4 Surat kabar.....	16
A.5.2.5 Internet.....	17
A.5.3 <i>Source (talent)</i> .....	17
A.5.4 <i>Creative Strategy</i> .....	18
B. Komunikasi Pemasaran.....	20
C. Account Executive.....	21
C.1 Definisi.....	21
C.2 Peranan.....	23
C.3 Tugas dan Fungsi.....	24
D. Divisi Perusahaan Periklanan.....	25
D.1 Bidang Account Service atau Account Management.....	25
D.2 Bidang Kreatif.....	25
D.3 Bidang Media.....	26
D.4 Bidang Produksi.....	26
D.5 Riset pemasaran.....	26
D.6 Konsultan Pemasaran.....	27
E. Presentasi.....	27
BAB III DISKRIPSI INSTANSI.....	29
A. Sejarah Instansi.....	29
B. Profil Instansi.....	32
C. Visi dan Misi.....	33
D. Logo Instansi.....	34
E. Struktur Organisasi Instansi.....	36

F. Pembagian Kerja Instansi.....	37
G. Klien-Klien Instansi.....	38
H. Salah Satu Contoh Event Yang Dilakukan Instansi.....	38
I. Strategi Instansi Dalam Menawarkan Produk Klien.....	40
J. Media Periklanan Instansi.....	43
<b>BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA.....</b>	<b>49</b>
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan KKM.....	49
B. Aktivitas Selama Pelaksanaan KKM.....	49
1. Minggu Pertama (7 Maret – 13 Maret 2016).....	49
2. Minggu Kedua (14 Maret – 20 Maret 2016).....	52
3. Minggu Ketiga (21 Maret – 27 Maret 2016).....	54
4. Minggu Keempat (28 Maret - 3 April 2016).....	56
5. Minggu Kelima (4 April – 10 April 2016).....	57
6. Minggu Keenam (11 April – 17 April 2016).....	60
7. Minggu Ketujuh (18 April – 24 April 2016).....	61
8. Minggu Kedelapan (25 April - 1 Mei 2016).....	63
9. Minggu Kesembilan (2 Mei – 7 Mei 2016) .....	64
C. Deskripsi KKM.....	67
C.1 Mencari Klien.....	67
C.2 Presentasi.....	68
C.3 Negosiasi.....	68
D. Kendala Selama KKM.....	69
E. Cara Menghadapi Kendala.....	69

---

F. Kemajuan Yang Dicapai.....	70
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	

---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Elemen Bauran Promosi.....	21
Gambar 2. Halaman Depan Kantor PT. Rekaprima Saptakomunika.....	32
Gambar 3. Logo Instansi Magang.....	34
Gambar 4. Struktur Organisasi Instansi.....	36
Gambar 5. Iklan Solopos.....	43
Gambar 6. Iklan Suara Merdeka.....	43
Gambar 7. Iklan Prambors.....	44
Gambar 8. Iklan Media Luar Ruang.....	44
Gambar 9. Iklan Website Fajar Indah.....	45
Gambar 10. Iklan Twitter The Sunan Hotel Solo.....	45
Gambar 11. Iklan Website Pusat Grosir Solo.....	46
Gambar 12. Iklan Media Transit Ad.....	47
Gambar 13. Brosur The Avila.....	47
Gambar 14. Brosur Axioo.....	48







